

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

Dalam deskripsi obyek penelitian ini akan membahas secara ringkas tentang gambaran umum kuis maupun perusahaan dan partai yang menjadi sponsor kuis tersebut. Adapun obyek penelitian ini meliputi Kuis Kebangsaan, RCTI sebagai penyedia konten acara tersebut, serta partai Hanura sebagai sponsor utama.

B. Mind Map



Diagram 2.1 – Peta Pemikiran Obyek Penelitian

Partai Hanura adalah partai yang mengusung Wiranto dan Hary Tanoe menjadi calon presiden dalam pemilu 2014 mendatang. Partai Hanura bekerja sama dengan stasiun televisi milik Hary Tanoe yakni RCTI dan Global TV untuk mengadakan kuis sebagai salah satu strategi politik. Kuis yang ada di RCTI adalah Kuis Kebangsaan sementara kuis yang ada di Global TV adalah Kuis Indonesia Cerdas. Kedua kuis ini adalah kuis persembahan dari Partai Hanura. Sejak awal muncul hingga tanggal 23 Februari 2014, kedua kuis ini selalu menyebutkan *tagline* WIN-HT Bersih Peduli Tegas. Namun, dalam perjalanannya, kuis ini dianggap melakukan pelanggaran oleh Komisi Penyiaran Indonesia. Sehingga setelah muncul surat peringatan dari KPI untuk pemberhentian konten acara sementara, acara ini tidak lagi menggunakan *tagline* WIN HT Bersih Peduli Tegas, meskipun acara ini tetap dipersembahkan oleh Partai Hanura dan kedua capres dan cawapres 2014.

C. Gambaran Umum

Gambaran umum ini menjelaskan paparan umum tentang obyek penelitian yang telah digambarkan di atas yaitu RCTI dan Kuis Kebangsaan.

C.1. RCTI (Rajawali Citra Televisi)

Rajawali Citra Televisi mulai muncul dalam kancah pertelevisian Indonesia pada tanggal 24 Agustus 1989. RCTI menjadi stasiun televisi swasta pertama di Indonesia. RCTI pertama mengudara di Jakarta. Awalnya RCTI pernah bergabung dengan stasiun SCTV tetapi akhirnya berpisah dan mendirikan stasiun

televisi masing-masing. RCTI muncul dengan berbagai konten acara seperti acara hiburan, informasi, dan berita yang dikemas secara khas dari RCTI.

Stasiun ini memiliki jangkauan terluas di Indonesia melalui 48 stasiun relay yang dimilikinya. Program-program RCTI ini dapat diakses sehingga dapat disaksikan oleh 190,4 juta pemirsanya yang tersebar di 478 kota di seluruh nusantara. Kondisi demografi ini disertai rancangan program menarik yang diikuti *rating* yang bagus (<http://www.rcti.tv/pages/view/company-profile>). RCTI sejak awal berdirinya memiliki cita-cita untuk menciptakan rangkaian acara unggulan dan menarik para pengiklan supaya mereka mau melirik RCTI sebagai media iklan mereka. Menurut data yang ada, saat ini RCTI telah mampu mempertahankan pangsa periklanan tertinggi sebesar 15,7% (Januari-November 2011). Data ini dirilis oleh Nielsen Audience Measurement. RCTI memiliki motto ‘Kebanggaan Bersama Milik Bangsa’ yang tampil dalam kemasan ‘Oke’. Maka sering didengar slogan RCTI Oke.

Visi dan Misi RCTI

RCTI memiliki tujuan yakni sebagai media utama hiburan dan informasi. Acara menarik dan bermutu menjadi televisi pilihan untuk hiburan dan informasi di Indonesia. RCTI juga memiliki visi untuk bisa menjadi keseimbangan antara bisnis dan tanggung jawab sosial yang berjalan seiring. Sementara itu, misi untuk mencapai visi tersebut adalah dengan bersama-sama mengedepankan layanan prima. Kebersamaan menjadi salah satu hal yang diutamakan untuk mengembangkan upaya-upaya memajukan setiap komponen perusahaan.

Komponen perusahaan dari yang terendah hingga tingkat tertinggi, agar dapat memberikan layanan yang terbaik bagi pemirsa setianya. Visi dan misi inilah yang menjadi pedoman dasar bagi RCTI untuk dapat menjadi stasiun televisi yang terbaik dan menjadi pilihan masyarakat.

Dalam mencapai visi dan misi tersebut, RCTI memiliki tiga pilar utama yakni Keutamaan dalam kebersamaan, bersatu padu, serta Oke. Keutamaan dan kebersamaan ini diharapkan mampu diwujudkan dalam koordinasi dan kerjasama antar staf karyawan dari yang terendah hingga jajaran komisaris untuk menampilkan program acara berkualitas. Kebersamaan ini diwujudkan pula dalam sebuah keutuhan atau kesatuan yang padu agar tercipta kerjasama yang baik. Kedua pilar itu untuk mewujudkan pilar ketiga yakni menyajikan konten yang oke dan berkualitas. Proses kerja yang dilakukan dengan mengedepankan ketiga pilar itu diharapkan dapat menumbuhkan kualitas, integritas serta dedikasi yang baik bagi masyarakat.

Logo RCTI



1988 – 2000



24 Agustus 2000 - sekarang

Nama Rajawali Citra Televisi Indonesia secara keseluruhan menggambarkan bahwa RCTI memiliki komitmen tinggi untuk bekerjasama

dalam mengabdikan bagi bangsa melalui sumbangannya memberikan informasi, pengetahuan, dan hiburan melalui stasiun televisi RCTI.

Logo RCTI ini menggambarkan sikap RCTI yang selalu tanggap serta sigap setiap saat. RCTI turut serta memajukan dan mencerdaskan bangsa dalam pembangunan nasional yang disertai wawasan nasional dan internasional demi mencapai kesejahteraan lahir dan batin seluruh rakyat Indonesia. Simbol burung rajawali menggambarkan tekad RCTI bahwa dalam kegiatan teknologi, komunikasi, dan visual televisi khususnya yang berwawasan nasional, RCTI siap mengemban tugas menyebarkan informasi, pengetahuan dan hiburan. Sementara huruf RCTI dengan warna biru murni dengan latar belakang menyiratkan tentang seluruh rangkaian yang disatukan oleh garis merah yang melintas di belakang huruf. Ini menggambarkan kedinamisan langkah yang dijalankan oleh RCTI yang tidak dibatasi oleh ketatnya aturan formal.

Manajemen RCTI

Sesuai data company profile RCTI, tercantum beberapa jajaran dewan komisaris, dewan direksi serta beberapa kepala divisi. Dalam jajaran direksi terdapat direktur utama yang dijabat oleh Hary Tanoesoedibjo yang juga merupakan calon wakil presiden yang dipasangkan dengan Wiranto pada pemilihan presiden 2014. Selain itu ada pula wakil direktur, direktur *corporate affairs*, direktur *sales and marketing*, serta direktur produksi dan programming. Sementara dalam jajaran komisaris terdapat komisaris utama dan tiga komisaris

pelaksana, termasuk di dalamnya adalah Liliana Tanoesoedibjo yang merupakan istri dari Hary Tanoesoedibjo.

Jajaran komisaris serta direksi yang ada, bertanggung jawab mengelola keberhasilan masing-masing acara yang dimiliki oleh RCTI, termasuk salah satunya adalah kuis yang menjadi obyek penelitian peneliti.

Target Pemirsa

RCTI merupakan jaringan televisi swasta nasional pertama di Indonesia dan menjadi jaringan siaran TV nasional terdepan. Sasaran pemirsa RCTI adalah semua lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi dan hiburan sesuai dengan program acara yang disajikan. Program acara RCTI dirancang untuk segmentasi kategori pemirsa menengah ke bawah. Program-program tersebut diantaranya adalah drama serial, berita, olahraga, musik, hiburan, *variety show*, acara anak dan film dokumenter.

C.3. Kuis Kebangsaan dan Pelanggarannya



gambar - logo kuis kebangsaan RCTI

Kuis Kebangsaan adalah sebuah kuis yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta RCTI. Kuis ini mulai mengudara sejak tanggal 1 Oktober 2013 yang ditayangkan pada pukul 09.30 dan 17.00. Kuis ini adalah persembahan dari partai Hanura yang mengusung WIN-HT sebagai salah satu capres dan cawapres yang hendak maju dalam pemilihan presiden yang akan diadakan pada 9 Juli 2014. Kuis ini bertujuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa yang mana sejalan dengan visi dan misi dari partai Hanura serta RCTI sebagai stasiun swasta penyedia jasa layanan bagi Kuis Kebangsaan. Kuis Kebangsaan didedikasikan bagi seluruh warga Indonesia agar bisa berpartisipasi aktif untuk terus memiliki informasi dan wawasan yang luas terkait dengan pengetahuan umum. Visi dan misi RCTI dan partai Hanura menjadi dasar untuk kuis ini ada menghibur para pemirsanya.

Sejak tanggal 1 Oktober 2013 – 21 Februari 2013 Kuis Kebangsaan selalu tampil dengan nuansa kental dari partai Hanura. Ini terlihat dari penggunaan *password* dari kuis tersebut yang selalu menyebutkan WIN-HT Bersih Peduli Tegas. Penyebutan *tagline* WIN-HT Bersih Peduli Tegas ini tampaknya membuat beberapa orang memiliki berbagai spekulasi terkait kampanye yang dilakukan oleh partai yang menaungi pasangan capres dan cawapres tersebut.

Selain itu, kuis ini juga dirasa merupakan sebuah *setting*-an karena kuis ini sempat diikuti oleh salah satu peserta dan peserta tersebut menjawab sebelum pertanyaan diberikan. Kronologi kejadian tersebut adalah sebagai berikut, awalnya sang *host* Kuis Kebangsaan yang bernama Tiffany Orie membawakan acara kuis ini seperti biasanya, yakni penelepon diminta memilih salah satu huruf

dari tulisan WIN HT sebelum diberikan pertanyaan. Namun anehnya, saat diminta untuk memilih salah satu huruf itu, si penelepon langsung menyebutkan jawaban, "Istana Maimun." Tiffany pun sempat tampak kaget namun akhirnya bisa menguasai keadaan. Benar saja, pertanyaan yang diajukan memang jawabannya adalah 'Istana Maimun'. Yang pasti si penelepon ini bukanlah peramal yang sudah tahu jawaban kuis sebelum pertanyaan diajukan. Namun banyak yang menebak kalau ia mungkin kurang menyimak saat diberi arahan sebelum *live* di layar TV. Ternyata kejadian ini bukan hanya satu kali. Saat Kuis Kebangsaan dibawakan oleh presenter Lolita Agustine, ada juga penelepon yang langsung menjawab "A! MT. Haryono" padahal saat itu Lolita menyuruhnya memilih salah satu huruf dari WIN HT dan belum memberikan pertanyaan kuis (www.slidegossip.com). Melalui kejadian ini timbul berbagai spekulasi yang membuat kuis ini dianggap tidak lagi kredibel karena justru mengedepankan kepentingan politik dari partai tertentu.

Pelanggaran Kuis Kebangsaan

Adanya berbagai isu yang muncul berkaitan dengan Kuis Kebangsaan ini, akhirnya pada tanggal 20 Februari 2014, Komisi Penyiaran Indonesia melayangkan surat pemberhentian sementara kepada program acara Kuis Kebangsaan ini. Kuis ini dirasa terlalu membawa unsur kampanye dalam pengemasan acara tersebut. KPI melayangkan surat pemberhentian sementara kepada acara ini tetapi agaknya kuis ini tetap berjalan sebagaimana mestinya. Kuis Kebangsaan hanya mengubah konsep acara mereka. Awalnya mereka menyembunyikan pertanyaan dibalik huruf W I N H T, jika peserta memilih salah

satu huruf, maka peserta akan diberikan pertanyaan sesuai dengan pilihan huruf mereka. Jika jawaban benar maka peserta akan mendapatkan hadiah, jika jawaban salah maka tidak akan diberikan hadiah. Konsep ini lalu berubah setelah melihat adanya isu yang berkembang terkait kampanye dan settingan kuis. Redaksional kemudian mengubah konsep yang selama ini telah berjalan sesuai juga dengan arahan dari KPI.

Menurut surat edaran KPI yang dilayangkan pada tanggal 20 Februari 2014 kepada redaksional Kuis Kebangsaan, ada beberapa pelanggaran yang disebutkan. KPI pusat memutuskan bahwa Kuis Kebangsaan melanggar P3 pasal 11 dan SPS pasal 11 ayat 1 dan 2 serta pasal 71 ayat 3. Dalam P3 pasal yang dilanggar adalah sebagai berikut :

1. Pasal 11 ayat 1 : Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik.
2. Pasal 11 ayat 2 : Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran.

Sementara untuk pasal SPS yang dilanggar adalah sebagai berikut :

1. Pasal 11 ayat 1 : Program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu.
2. Pasal 11 ayat 2 : Program siaran dilarang dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/atau kelompoknya

3. Pasal 71 ayat 3 : Program siaran dilarang memihak salah satu peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.

Sesuai pelanggaran tersebut maka KPI melalui surat edaran tersebut memutuskan untuk memberikan sanksi administrative penghentian sementara untuk program siaran Kuis Kebangsaan sejak tanggal 21 Februari 2014 hingga dilakukan perubahan. Perubahan konten acara yang dimaksud adalah dengan cara menghilangkan seluruh materi siaran yang tidak netral dan dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik. Misalnya mencantumkan unsur nama WIN-HT untuk kepentingan kampanye. Selain itu KPI juga meminta kepada redaksional maupun pemilik stasiun televisi untuk melaporkan upaya perubahan jika kuis ingin segera ditayangkan kembali.

Melalui teguran tersebut, redaksi Kuis Kebangsaan akhirnya mengubah konsep penayangan mereka dengan tanpa menggunakan WIN-HT bersih peduli tegas sebagai *tagline* kuis mereka sehingga pertanyaan langsung diberikan kepada peserta tanpa memilih terlebih dahulu huruf diantara WIN-HT seperti yang selama ini telah dilakukan. Usai pemilihan legislatif tanggal 9 April 2014 lalu, kuis ini yang tadinya ditayangkan pada dua kali sehari pada pukul 09.30 dan 17.00 menjadi tayang satu kali sehari. Kuis ini saat ini kembali menggunakan *tagline* WIN-HT Bersih Peduli Tegas dan hanya tayang pada pukul 17.00 dengan konsep yang sedikit berbeda. Secara singkat, kuis ini sejak penayangannya pada Oktober 2013 sudah berubah tiga kali konsep seperti yang telah dijelaskan di atas.

Akun dan *followers Twitter* @KuisKebangsaan

Kuis Kebangsaan memiliki akun *twitter* yang digunakan untuk mempermudah komunikasi melalui sosial media. Kuis Kebangsaan tidak hanya memiliki akun *twitter* tetapi juga memiliki akun *facebook* sebagai sarana komunikasi media sosial. Akun *twitter* Kuis Kebangsaan ini memiliki ribuan *followers*. Per tanggal 13 Mei 2014, akun *twitter* Kuis Kebangsaan telah memiliki 2928 pengikut atau *followers*. Dalam akun ini biasanya digunakan untuk mengumumkan pemenang, beberapa pertanyaan, sosialisasi hadiah, sosialisasi cara mengikuti kuis, serta berbagai informasi yang seakan belum jelas bagi masyarakat. Misalnya saja masalah hadiah yang belum disampaikan pada pemenang, komplain-komplain tersebut bisa disampaikan dan ditanggapi langsung melalui akun *twitter* Kuis Kebangsaan.

Hingga tanggal 13 Mei 2014, akun *twitter* dari Kuis Kebangsaan masih aktif. Ada 2722 *tweets* yang telah dikirim dari redaksi Kuis Kebangsaan untuk menjalin komunikasi yang aktif dengan para *followers*. *Tweet* yang disampaikan pun ditanggapi beragam oleh para *followers*. Misalnya saja *followers* dapat memberikan *feedback* terhadap setiap pos yang ada dalam *tweet* tersebut. Beberapa waktu lalu sempat terdapat isu pelanggaran dari Kuis Kebangsaan. Kuis ini dianggap sebuah *setting-an*. *Twitter* Kuis Kebangsaan inilah yang akhirnya menjadi jembatan bagi redaksi kepada pemirsa. Akun *twitter* mereka memberikan penjelasan bahwa Kuis yang ada sudah sesuai dengan SOP yang berlaku.

Akun *twitter* mereka ini juga digunakan untuk menanggapi berbagai keluhan masyarakat. Misalnya saja mereka menggunakan *twitter* mereka untuk memberikan pemahaman kepada peserta yang belum dihubungi. Serta

memberikan pemahaman jika peserta belum mendapatkan hadiah mereka. Ada pun beberapa *twitpost* dari berbagai lapisan masyarakat seperti berikut



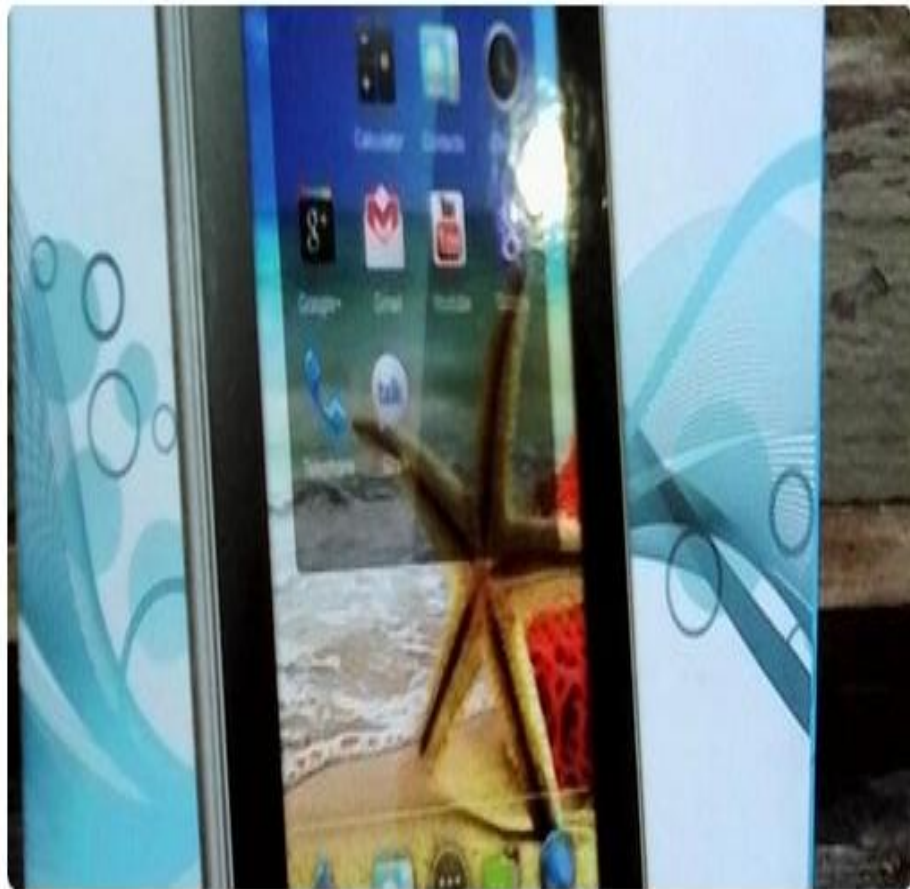
Gambar 2.1 – Tanggapan Kuis Kebangsaan Terhadap Komplain Peserta

 Retweeted by Kuis Kebangsaan



linda christinna @yohanmandala22 · May 8

@KuisKebangsaan admin, makasih banyak..hadiahnya sdh sampai... sangat bermanfaat pic.twitter.com/NrkieF3DLm



 Expand

 Reply  Retweet  Favorite  More

Gambar 2.2 – Bukti Hadiah yang Telah Sampai pada Peserta Kuis Kebangsaan



Gambar 2.3 – Tanggapan Kuis Kebangsaan Terhadap Komplain Peserta



Gambar 2.4 – Beragam komentar dari beberapa lapisan masyarakat



Gambar 2.5 - Tanggapan Kuis Kebangsaan Terhadap Komplain Peserta